

問 題 提 起

早稲田大学教授（商学学院） 高 橋 敬 隆

高橋敬隆と申します。どうぞよろしくお願いいたします。

本題に入ります前に事務的なお願いを2、3申します。私のパワーポイントは全然構わないのですが、この後続かれる講師の先生方のパワーポイントの撮影はご遠慮いただきます。また、携帯電話をお持ちの方は電源を切るか、マナーモードに設定していただくようお願いいたします。

それから、受付のところで封筒が配られたと思いますが、その中に黄色い用紙がございます。これは産研アカデミック・フォーラム質問用紙となっております。質問がある方はこの用紙に書いていただきます。休憩時間にロビーに飲み物を用意させていただきますけれども、その休憩時間の間に、受付のところに質問箱を設定しておりますので、そこにお書きいただきました質問用紙をご投函いただきますようお願いいたします。後ほどパネルディスカッションのところで適宜取捨選択させていただきますので、できる限りお答えしたいと思っておりますので、よろしくご協力のほどお願いいたします。

以上が事務的なお願いでございます。

私も「ネットビジネスの近未来像と課題」というテーマで問題提起ということをさせていただきます。

スライドは多分あまりお読みにならないと思うのですが、グーグルで、今回のテーマ「ネットビジネス」とキーワードを入れまして、今朝10時ごろ大学のパソコンから検索した結果であります。グーグル検索結果は、今、検索エンジンの中では一番早いと思うのですが、私の結論から申し上げますと、例えば経済学・数学・情報ネットワークとか、そういうキーワードに対しまして、ネットビジネスというキーワードでは、あまりオーソライズされたホームページにヒットしません。1番目（最初にヒットしたサイト）は、グーグルの検索エンジンだからかもしれませんがグーグルアドワーズで、グーグルを使って宣伝しませんかというものです。

2番目は、「明日からネットで稼ぐ方法 PCど素人がたった1日で12万円稼ぎ、わずか7日間の作業で月収843万円」です。

3番目は、「国内ネットビジネスの成功事例集」で、その次が、「貧乏学生のネットビジネス」、サブタイトルとして、「広告収入でいくら儲かる？～お小遣いを……」等々が書いてあります。

ようやく少しオーソライズされたものとして、日経BP社の「ネットビジネスTODAY」がヒットしますが、これとてもクリックしますと結構古い情報です。その後は「ネットビジネス最前線」、

「ネットビジネスは」と書いてあるのです。

要するに、申し上げたいことは、ネットビジネスがサイバー空間ではあまり学問分野としてオーソライズされていないのです。少なくともウィキペディアの「ネットビジネスとは何か」という説明もないような状況にあります。

ネットビジネスの話に移ります前に、情報科学分野からみた社会の変遷について述べてみたいと思います。一番最初のステージは物質社会です。その次のステージがエネルギー社会。最後のステージが今まさに情報化社会でして、文字どおり情報社会といえる社会に入っているととらえています。

もう少し補足いたしますと、物質社会というのは、産業の分類でいいますと、第1次産業中心です。人間の歴史ということを考えますと、大部分は物質社会にカテゴライズされると理解しておりますので、多分歴史学者の先生がこれをみたら、いや、こんなはずはない、こんな3ステージで分けることは無理があるとおっしゃるかもしれません。

ただ、いずれにせよ、例えば狩猟生活から農耕社会に変化はあったにしろ、最も貴重な財は衣食住だというのがこの第1ステージの特徴づけです。保有しているものの量と質が社会なり個人の富をあらわす社会、それが物質社会です。今になってもなお物質社会の影響が色濃く残っていますが、第1次産業中心です。

第2ステージはエネルギー社会です。これは、第2次産業中心です。時代で申しますと、18世紀から19世紀にかけての、いわゆる産業革命以降の時期に当たるものとご理解いただければありがたいです。軽工業から重化学工業への移行が行われまして、社会構造として大きな変革がありました。中央集権的近代国家が成立し始めましたし、悲しいかな、2つの世界大戦が行われました。20世紀初めの第1次世界大戦、これは結果として飛行機とか応用化学の技術面での進歩を促進させました。第2次世界大戦は20世紀半ばですが、核エネルギーとかコンピューター技術が飛躍的に進歩・促進したわけです。20世紀の三大発明といわれておりますものに自動車とテレビとコンピューターがあると思いますが、これらがいわゆるエネルギー社会であります。

今や第3ステージ目に入ろうとしていると私は思っておりますが、第3次産業、サービス業中心の社会であります。物質とかエネルギーを計測し制御する情報が財としての価値を確立します。逆にいうと情報の管理の危うさが社会問題を引き起こしてしまうというわけです。今、話題になっている年金の問題も、データベースの不備・不完全性を指摘しているように思われてなりません。

いずれにせよ、情報を得たり、管理することが重要ですし、情報社会ではそれが富を意味するというわけです。

情報社会のキーワードは2つあります。1つは多様性です。1つのディシプリン、ただ単に国として強いとか、軍事力をたくさんもっているとか、そういった1つのパラダイムだけではなくて複数のディシプリン（パラダイム）が併存する社会です。もう1つは分散化です。情報の管理とか操作を1つの場所に集中せずに複数の場所に分散する社会、意思決定も集中せず、分散して行われま

す。

私に割り当てられている時間は10分なのですが、各講演者の先生方をお願いしまして、少しずつ報告の時間を長くとりさせていただいて、最後のパネルディスカッションのコーナーを少し短めにといいいますか、時間的なバッファとさせていただきたいと存じております。よろしくお願いいたします。

「インターネット白書2006」という報告書がございます。ついこの間まで商学部の新澤先生が編集委員長でまとめておられたものです。その中に、家庭からのブロードバンド利用者数という統計データがありまして、これが3,756万8,000人となっております。これは2005年のインターネット白書の数と比較しますと16.5%増加していることになります。

インターネットを使うユーザー数、いわゆるインターネット人口ですが、これが7,361万9,000人、これも前年比で5.1%増加です。ほぼ落ちついてきてはいるのですが、増加傾向にある。インターネットの世帯浸透率と申しますが、いわゆる利用場所とか接続形態・機器を問わずとにかくインターネットユーザーがいる世帯の比率、携帯電話でインターネットを使う人たちを含めまして、浸透率が85.4%。前年比で3.1%増加です。インターネットの世帯普及率は、PCユーザーのみです。携帯を抜いて考えますと、これは実は諸外国に比べて日本は低いわけですが、57.3%ということが報告されております。

それから、いわゆるSNS、ソーシャルネットワーキングサービスへの参加率です。これは11%なのですが、前年比でみますと423%、前年の4倍になっています。そのうち男性が20代で26.5%、女性が20代で27.6%。男女問わず平均して82.6%がSNSの中でもミクシィを利用しているということが報告されております。

それからブログ（ウェブログの略）ですが、ブログを知っているか知っていないかということでアンケートを実施したところ、認知率として98.6%、前年比で7.9%増加しているわけです。

それから、ブログの認知者のうち、自分のブログを公開していると回答した人が25.3%、むしろ10代とか20代を中心にブログが使われていて、なおかつ公開しているという状況をあらわしています。

ちょっとマニアックで、どうでもいいといえどどうでもいいのですが、RSSというものがあります。省略形はいろいろ解釈があるのですが、一番代表的なものはリソース・ディスクリプション・フレームワーク・サイト・サマリーの略です。ブログが九十何%認知されているというのに対して、RSSの認知率は64.8%、前年比が150.3%と報告されています。利用の目的は、趣味の情報だったり、報道ニュースの取得をしたりということであります。

インターネットの影響をみていきましょう。インターネットを使うことで利用が減ったメディアのトップスリー（いくつもあるのですがそのうちの3つ）を選んでご紹介しますと、地上波のテレビが41.3%、つまり、インターネットを使うことによって地上波のテレビは4割近くの人が見なくなりました。それから雑誌です。我々教員としては、学生が本を読まないというのはいかななもの

か、もっと読んでほしいと思うのですが、雑誌は37.5%で、インターネットを使うだけで読まなくなった。新聞もちゃんと読んでほしいのですが、29.4%読まなくなったと回答しております。

ニュースの情報源としては、ちょっと高い月額 4,000 円以上払わなければならない新聞よりは、インターネットを使っている—とインターネット白書に報告されています。

さて、情報通信と放送ということを考えますと、放送にいく前の話ですが、後で中村先生が詳しくお話ししてくださると思いますが、通信文化とコンピューター文化は、同じマーケットにおいてこれまで競合はありませんでした。インターネットの急速な普及により、次世代通信インフラを形成する上で2つの文化圏が衝突しているわけです。デジタル放送が進展しますと、パソコンから普通のテレビが見られる時代になります。通信・コンピューターと放送を加えた三者が融合したサービスがよくいえば進展する、悪くいうと競合するというわけです。

問題提起を4人の先生にいたしまして、それで私の役割を終えさせていただきます。

まず、今日最初にご報告いただきます中村清先生への問題提起です。インターネットというのは共愉快的な道具として知られております。共愉快的というのは日本語としておかしいかもしれませんが、ともにささやかに楽しむ道具だというわけです。それがちょっとわかりにくいものですから、家電製品を対照的に挙げます。家電製品は非共愉快的な、操作的な道具と申しましょうか。操作的な道具では操作する人と依存者、生産する人と使う人—というか消費者、あるいはメーカーとユーザーという分類が成立しているわけです。

ところが、情報通信とか放送融合後はメーカーとユーザー、あるいは生産者と消費者という分類が成り立たないような気がするわけです。なぜかといいますと、例えば家を買う、あるいは車を買う、そういうときに例えばカーディーラーにパソコンが1台置いてありまして、私の車は何色がいいと。モデルというのは今のところつくる立場の人が用意して、今年のモデルといって売り出すわけですが、そうではなくて、流線型がいいとか、もうちょっと車高は低い方がいいとか高い方がいいとか車輪の位置はこういうのがいいとか、シャーシーはこうだとか。そうすると、要するにユーザーがメーカーでもあるわけです。これは具体的にはNTTドコモとトヨタ自動車を実験的につくっていますが、お客さんにも結構評判がいいらしいです。ユーザーがカスタマイズできる、そういうことをどんどん突き詰めていきますと、あなたはつくる人、私は買う人ではなくて、あるいはメーカーとユーザーではなくて、そういう分類がだんだん難しくなってくるのではないかと。そうすると、既存の経済モデルとか、マーケティングの視点が変わってくるのではないのでしょうかと思います。

これは、今申し上げたことですので、中村先生には唐突なことですからパネルディスカッションのときにでもご意見をいただければと思います。

2番目は、根来龍之先生に問題提起ということでまとめたスライドでございます。根来先生が所長をされておられる早稲田大学IT戦略研究所というのがございます。そこが編集になって東洋経済新報社というところから昨年ですが『ミクシィと第2世代ネット革命』という本が上梓されまし

た。この本の中身そのものは、第2世代ネット世界の構造変化を背景にしまして、先ほどこちっと申しましたSNSとか、ネットワーク行動の特性と、基本的にミクシィはプレミアを除けば無料ですので、そういう無料サービスの収益性の確立プロセスについて解説されておられます。

文字通りネットがどんどん進化する中で、第2世代、ひょっとしたら第3世代かもしれないですが、そういう進化・進展がネットビジネスに本質的な影響を与えるか、与えないかということについてご意見を賜ればと存じます。

それから、3番目の問題提起として、田中辰雄先生にお願いいたします。インターネットによりだれもが制約を受けずに情報を受信し、発信することもできるようになりました。例えば、イラクの戦争の放送などは、カメラのクルーが入って撮影するクラシカルなアナログ的なイメージがありますが、インターネットを使って放送して配信しているということも聞いております。

そうしますと、これまでの情報通信とか放送の枠組みの中では対処できない問題が山ほど出てくるはずで、特に、著作権とかそこから発生するさまざまな権利問題が出てくると思っております。

著作権について、田中先生からご講演いただきます。皆さんホームページをみるときにURLという一番上のところにhttpとかあります。あれはハイパー・テキスト・トランスファー・プロトコルの略なのですが、そのhttpをつくったメーカーがこういうことを考えています。トランスコピーライトです。細かい話は省略しますが、インターネットではIPパケットという小包にして情報を送り届けたり受信したりしているわけです。そのIPパケットをどれだけ参照したかという量に応じて視聴料を自動決済するシステムがトランスコピーライトなのです。トランスコピーライトが問題なく使えるようになったら、著作権問題はどうなるのだろうか、もしお時間がありましたら田中先生に伺ってみたいと思っております。

野島美保先生には、仮想現実のビジネスモデルについてお話しいただきます。インターネットは昔、私が電電公社、あるいはNTTにいた時代は専門家の人たちだけが使う道具でした。インターネットは非常に使い勝手が悪かったです。各研究室に1台ぐらいしかなくて、特殊なコマンドを打ってインターネットにつなげて、情報をやりとりしたということがありますが、今では、ウィンドウズ95以降、インターフェースもユーザーにとって、非常に使いやすくなりました。

1991年にソビエト連邦が解体しました。91年以前は米国とソ連という二大大国が軍事上の技術で争っていました。インターネットというのは米国国防省ネットARPAを源流とする軍事技術だったわけですが、91年にソビエトが無くなったということで、アメリカの国防省がARPAの技術を世界に開放したわけです。インターネットの商用利用を米国商務省が認可したわけです。

日本に上陸して、日本で商用開始になったのは1993年なのです。当時の郵政省がインターネット利用を承認しました。1993年以降、ビジネスにインターネットを使うようになって、今やだれもが自由に仕事に、趣味にネットを利用する時代になっています。

そこでいわれているのが3DCGということです。これは3次元のコンピューターグラフィクスなのですが、そういう実用化がどんどん進んできると、バーチャルリアリティーの仮想世界が現

実になってきているわけです。

そうしますと、昔の例ですけれども、映画タイタニックというのは95%以上CGを使っているわけです。オンラインゲームとか、ネット取引、あるいはちょっと次元は違いますけれども、サービスの特別な例としてセカンドライフというのを挙げさせてもらいましたが、そういうものが実際に仮想のものでなしに、実際に取引をし、トレーディングをし、あるいは不動産を買ったりします。

こういう状況の中でビジネスモデルとして何に留意したらいいか、あるいは今後どうすべきかということに関して野島先生からご意見をいただければと思います。

以上、前座の役割が長くなりまして申しわけありませんけれども、次の先生にバトンタッチをさせていただきたいと思います。

第15回産研アカデミック・フォーラム(2007.6.16)

ネットビジネスの近未来像と課題 問題提起

早稲田大学 商学学術院 教授
早稲田大学 産業経営研究所 所長代理
高橋敬隆 (Prof. Dr. Yoshitaka Takahashi)
<http://ns.sizer.cache.waseda.ac.jp/>

社会の変遷 (物質社会)

- ・ 社会の変遷: 物質社会→エネルギー社会→情報社会
- ・ 物質社会=第1次産業中心. 人間の歴史の大部分はここに属する
- ・ 狩猟から農耕へ変化はあったにせよ, 最も貴重な財は衣食住
- ・ 保持しているものの数量と質が社会なり個人の富を表す

Takahashi Laboratory, Faculty of Commerce, Waseda University

社会の変遷 (エネルギー社会)

- ・ エネルギー社会=第2次産業中心. 18世紀から19世紀に掛けての産業革命以降の時期
- ・ 軽工業から重化学工業への移行: 社会構造に大きな変革(中央集権的近代国家の成立)
- ・ 第1次世界大戦(20世紀始め)→飛行機・応用化学の技術的進歩促進
- ・ 第2次世界大戦(20世紀半ば)→核エネルギー・コンピュータ技術 → 進歩促進
- ・ 20世紀三大発明: 自動車・テレビ・コンピュータ

Takahashi Laboratory, Faculty of Commerce, Waseda University

社会の変遷 (情報社会)

- ・ 情報社会=第3次産業(サービス業) 中心
- ・ 物質・エネルギーを計測・制御する情報が財としての価値を確立
- ・ 情報を得る・管理することが富を意味する
- ・ 多様化(1つのdiscipline, paradigmではなく複数のものが並存)する社会
- ・ 分散化(情報の管理・操作を一つの場所に集中せず複数の場所に分散)する社会

Takahashi Laboratory, Faculty of Commerce, Waseda University

インターネット白書2006 (1)

- ・ 家庭からのブロードバンド利用者数 3,756万8千人(前年比 116.5%)
- ・ インターネット人口 7,361万9千人(前年比 105.1%)
- ・ インターネット世帯浸透率(利用場所・接続機器を問わず利用者がいる世帯の比率) 85.4%(前年比 103.1%)
- ・ インターネット世帯普及率(自宅PC利用者がいる世帯の比率) 57.3%

Takahashi Laboratory, Faculty of Commerce, Waseda University

インターネット白書2006 (2)

- ・ SNS (Social Networking Service) への参加率 11.0%(前年比 423%)
- ・ 男性20代 26.5%, 女性20代 27.6%; 82.6%がmixi(ミクシィ)を利用
- ・ ブログ (Blog, Weblogの略) 認知率 98.6%(前年比 107.9%)
- ・ ブログ認知者のうち「自分のブログを公開」25.3%, 10代・20代中心

Takahashi Laboratory, Faculty of Commerce, Waseda University

インターネット白書2006 (3)

- ・ RSS (Resource description framework Site Summary) リーダー認知率 64.8% (前年比 150.3%). 利用目的: 「趣味の情報」「報道ニュース」の取得
- ・ インターネットの影響: 利用が減ったメディアトップ3 「地上波テレビ」(41.3%), 「雑誌」(37.5%), 「新聞」(29.4%)
- ・ ニュースの情報源として「新聞」より「インターネット」を重視

Takahashi Laboratory, Faculty of Commerce, Waseda University

情報通信と放送

- ・ 通信文化とコンピュータ文化は同じマーケットでこれまで競合は無かった
- ・ インターネットの急速な普及により次世代通信インフラを形成する上で二つの文化圏衝突
- ・ デジタル放送の進展により, 更に放送を加えた3者が融合したサービスが進展

Takahashi Laboratory, Faculty of Commerce, Waseda University

問題提起 (1) 中村 清先生へ

- ・ インターネットは共愉的な道具 (convivial tool)
- ・ 家電製品は非共愉的 (操作的) な道具
- ・ 操作的な道具では, 操作者と依存者, 生産者と消費者, メーカーとユーザという分類が成立.
- ・ 情報通信・放送融合後は (上記分類不成立, 経済学やマーケティングの視点変わる) ?

Takahashi Laboratory, Faculty of Commerce, Waseda University

問題提起 (2) 根来龍之先生へ

- ・ 「mixiと第2世代ネット革命」早大IT戦略研究所編 (東洋経済新報社, 2006年)
- ・ 第2世代ネット世界の構造変化を背景に, SNSにおけるネットワーク行動の特性と無料サービスの収益性確立のプロセスについて解説
- ・ 第2世代ネットビジネスの本質は?

Takahashi Laboratory, Faculty of Commerce, Waseda University

問題提起 (3) 田中辰雄先生へ

- ・ インターネットにより誰もが制約を受けずに「放送」が出来る
- ・ これまでの情報通信・放送の枠組みでは対処出来ない問題山積. 特に著作権やそこから派生する様々な権利問題が発生
- ・ 例えば, トランスコピーライト (参照したパケット量に応じて視聴料自動決済) は?

Takahashi Laboratory, Faculty of Commerce, Waseda University

問題提起 (4) 野島美保先生へ

- ・ インターネットは昔, 専門家・研究者のみ,
- ・ 1991年インターネット商用開放以後, 今は誰もが自由に (仕事・趣味に) ネット利用
- ・ 3DCG (3 Dimensional Computer Graphics) の実用化⇒ 仮想が現実「オンラインゲーム」, ネット取引, 「Second Life」
- ・ ビジネスモデルとして留意すべき点は?

Takahashi Laboratory, Faculty of Commerce, Waseda University